

SKRIPSI

**PENGARUH TINGKAT PENILAIAN PRESENTASI PRODUK DAN TINGKAT
PERSEPSI RISIKO TERHADAP TINGKAT INTENSI MEMBELI
(Studi Eksplanatif Kuantitatif Terhadap Pengunjung Situs *E-Commerce*
MbakDiskon.com)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh

**CORNELIS PETRA DHARMA ANDERSON
08 09 03474/KOM**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH TINGKAT PENILAIAN PADA PRESENTASI PRODUK DAN TINGKAT PERSEPSI RISIKO TERHADAP TINGKAT INTENSI MEMBELI

**(Studi Eksplanatif Kuantitatif Terhadap Pengunjung Situs *E-Commerce*
MbakDiskon.com)**

SKRIPSI

**Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Mengenai
Gelar S.I.Kom pada Program Studi Komunikasi**

disusun oleh:

CORNELIS PETRA DHARMA ANDERSON

08 09 03474

disetujui oleh:

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2013

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Cornelis Petra Dharma Anderson

Nomor Mahasiswa : 08 09 03474

Prodi / Jurusan : Ilmu Komunikasi / Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH TINGKAT PENILAIAN PADA PRESENTASI PRODUK DAN
TINGKAT PERSEPSI RISIKO TERHADAP TINGKAT INTENSI MEMBELI

(Studi Eksplanatif Kuantitatif Terhadap Pengunjung Situs *E-Commerce*

MbakDiskon.com)

adalah asli buatan saya sendiri. Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan tindakan plagiarisme dengan tujuan materil maupun non materil, saya bersedia menerima sanksi dari pihak Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik maupun dari Universitas Atma Jaya yang berlaku.

Yogyakarta, 17 Februari 2013



Cornelis Petra Dharma Anderson

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Tingkat Penilaian pada Presentasi Produk dan Tingkat Persepsi Terhadap Tingkat Intensi Membeli
(Studi Eksplanatif Kuantitatif Terhadap Pengunjung Situs e-commerce MbakDiskon.com)

Penyusun : Cornelis Petra Dharma Anderson

NIM : 08 09 03474

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari, Tanggal : Senin, 4 Maret 2012
Pukul : 11.00
Tempat : Ruang Pendadaran FISIP Universitas Atma Jaya

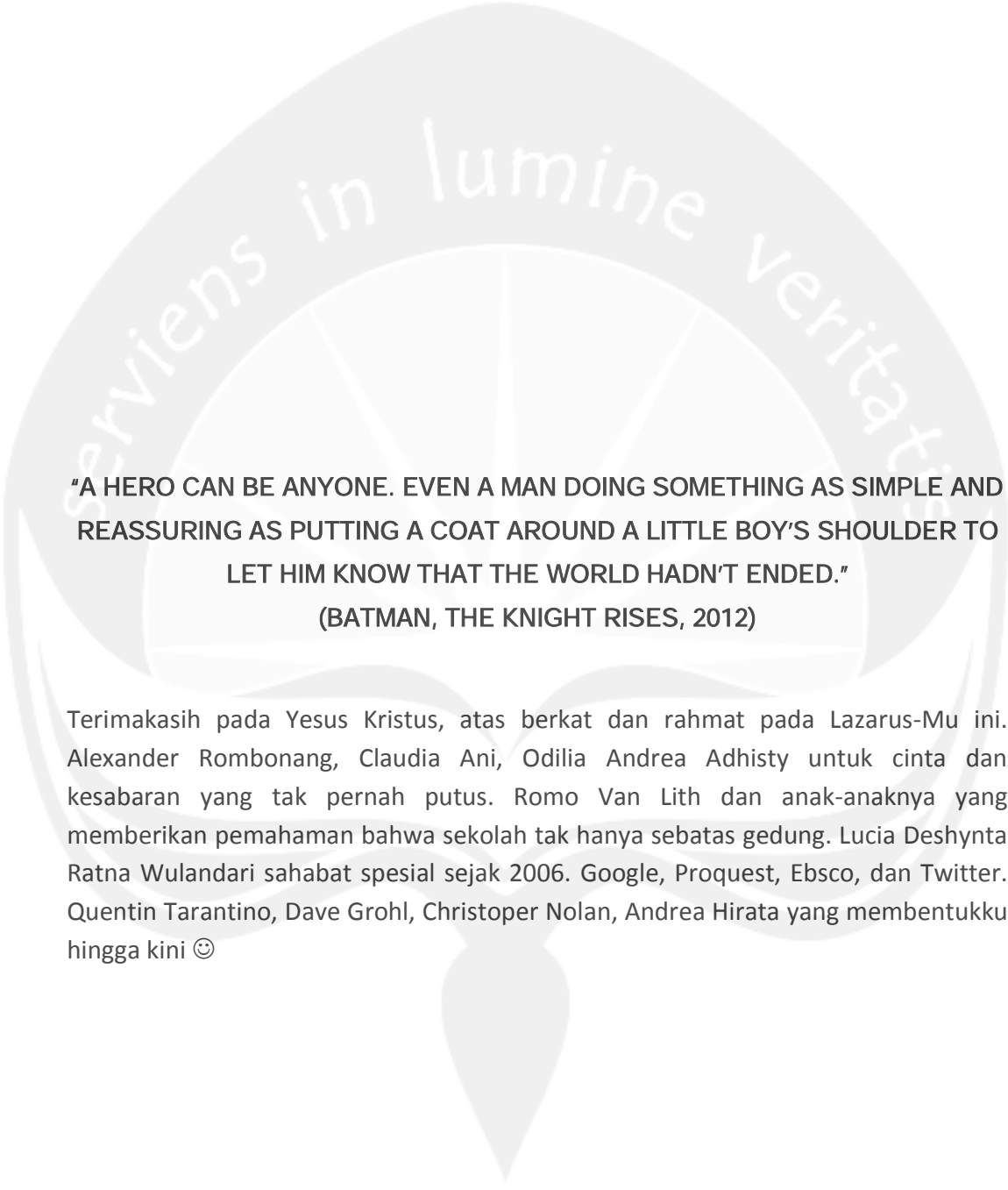
TIM PENGUJI

F. Anita Herawati., M.Si
Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmojo., S.Sos., M.A
Penguji I

Dhyah Ayu Retno W., M.Si
Penguji II





**"A HERO CAN BE ANYONE. EVEN A MAN DOING SOMETHING AS SIMPLE AND REASSURING AS PUTTING A COAT AROUND A LITTLE BOY'S SHOULDER TO LET HIM KNOW THAT THE WORLD HADN'T ENDED."
(BATMAN, THE KNIGHT RISES, 2012)**

Terimakasih pada Yesus Kristus, atas berkat dan rahmat pada Lazarus-Mu ini. Alexander Rombonang, Claudia Ani, Odilia Andrea Adhistry untuk cinta dan kesabaran yang tak pernah putus. Romo Van Lith dan anak-anaknya yang memberikan pemahaman bahwa sekolah tak hanya sebatas gedung. Lucia Deshynta Ratna Wulandari sahabat spesial sejak 2006. Google, Proquest, Ebsco, dan Twitter. Quentin Tarantino, Dave Grohl, Christopher Nolan, Andrea Hirata yang membentukku hingga kini ☺

KATA PENGANTAR

Pada akhirnya skripsi berjudul “Pengaruh Tingkat Penilaian pada Presentasi Produk dan Tingkat Persepsi Risiko terhadap Tingkat Intensi Membeli (Studi Eksplanatif Kuantitatif terhadap pengunjung situs *e-commerce* Mbak Diskon)” ini akhirnya terselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan Program Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti merasa bersyukur karena kelancaran dari penyusunan skripsi ini merupakan hasil kerja sama serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Y. Bambang Wiratmojo selaku dosen pembimbing yang sabar telah membantu menyusun skripsi ini dari awal hingga akhir serta F. Anita Herawati dan Dhyah Ayu Retno sebagai dosen penguji.
2. Anggit Tut Pinilih dan teman – teman dari MbakDiskon.com yang bersedia terlibat dalam pengolahan data responden - responden.
3. Teman – teman Marinyanyi.com, Djito Kasilo, Pungkas, Utie, Berto, Natal, Yoelius, Fenny, Citra, dan Andin yang memberi dukungan motivasi dan masukan – masukan berharga.

4. Bohlam Advertising dan Darah Muda marcom, tempat bermain dan belajar dunia periklanan.
5. Sahabat dan teman seperjuangan Maria Nari Gunita, Theodorus Yudi, Irene S. Vidiadari, Hilda Sagita, Adhi Kris, Gorys, Alpha dan Van Lith XV lain.
6. Teman – teman Yogyakarta yang mewarnai hari, Gandhi, Thomas, Adhi “Kijing”, Gandes, Janu, Keke Maria, Dimdim, Kandi, Iot, Donie, Adit, Soca, Nindi, Indru, Pradip, Felix, Anduk, Otvi, Bayu, Ajeng, Melisa, Fendi, Bonita, Ve, Orin, Dita, Tehong, Ayik, Ilham, Henny, Irene, Maya, Happy, Ipank dan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
7. Siapapun yang membaca skripsi ini.

Penulis memberikan respek dan apologi jika pada penelitian ini terdapat kesalahan baik teknis maupun akademis. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menjadi acuan penelitian – penelitian selanjutnya. Terimakasih.

Yogyakarta, 17 Februari 2013

Cornelis Petra Dharma Anderson

ABSTRAKSI

Tingkat penetrasi internet yang tinggi berdampak pada meningkatnya pengetahuan *netizen* (penduduk pengguna internet) dalam mengakses serta memberdayakan media ini. Salah satunya adalah meningkatnya minat pengguna internet di Indonesia terhadap belanja *online*. Website, sebagai salah satu media pemasaran internet harus bisa berkomunikasi secara efektif kepada audiens, layaknya media konvensional. Berbeda dengan media internet lain (jejaring sosial misalnya), website memiliki keunggulan karena kemampuannya memberikan presentasi produk (*product presentation*) yang lebih informatif.

Konsep lain penting yang memengaruhi intensi seseorang dalam membeli produk pada belanja online adalah persepsi risiko. Persepsi risiko merupakan pemikiran konsumen risiko –risiko yang dihadapi dalam memutuskan pembelian atau penggunaan suatu barang atau jasa. Hal ini terdiri dari risiko finansial, psikologis, sosial, kinerja, keamanan, dan waktu/kemudahan.

Penelitian ini memfokuskan obyek penelitian pada pengguna situs *e-commerce* Mbak Diskon.com. Situs yang berdomisili di Yogyakarta ini menyediakan layanan belanja online dengan sistem *daily deals*. Website ini diminati dengan adanya 315 pengunjung (*visitor*) dan 819 *pageviews* perharinya.

Penelitian survey eksplanatif ini mengambil sampel *user friends* dari akun Facebook Mbak Diskon Jogja, dengan jumlah sampel sebanyak 339 responden. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teknik regresi berganda, didapat bahwa variabel Tingkat Penilaian Presentasi Produk dan Tingkat Persepsi Risiko memiliki pengaruh terhadap Tingkat Intensi Membeli dengan nilai 44,7%. Hal ini berarti Presentasi Produk dan Persepsi Risiko merupakan salah dua faktor yang memengaruhi intensi seseorang dalam membeli produk secara *online*. Sementara ketika melakukan uji korelasi, Tingkat Penilaian Presentasi Produk memiliki hubungan positif dengan Tingkat Intensi Membeli. Tetapi, hubungan tersebut cenderung memiliki kekuatan yang rendah. Sedangkan Tingkat Persepsi Risiko memiliki hubungan positif terhadap Tingkat Intensi Membeli dengan kecenderungan kekuatan hubungan sedang.

Kata kunci : Presentasi Produk, Persepsi Risiko, Intensi Membeli, Belanja *Online*,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	9
C. TUJUAN PENELITIAN	9
D. MANFAAT PENELITIAN.....	9
E. KERANGKA TEORI	10
F. KERANGKA KONSEP.....	23
G. HIPOTESIS	27
H. DEFINISI OPERASIONAL	28
I. METODOLOGI PENELITIAN.....	34
1. Metode Penelitian.....	34

2. Jenis Penelitian.....	34
3. Populasi dan Sampel	34
4. Uji Validitas dan Reabilitas.....	36
5. Metode Pengumpulan Data dan Jenis Data	38
6. Metode Analisis Data.....	39
 BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. SEJARAH DAN PROFIL MBAKDISKON.....	43
B. LOGO MBAKDISKON.....	46
C. VISI DAN MISI MBAKDISKON	46
D. STRUKTUR ORGANISASI.....	47
E. WEBSITE MBAKDISKON	49
F. ISI WEBSITE MBAKDISKON.....	50
G. CARA KERJA MBAKDISKON	53
H. DAFTAR MERCHANT	54
I. MEDIA PARTNER.....	56
 BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. TEMUAN PENELITIAN	59
1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	59
2. Metode Pengumpulan Data	64
3. Metode Analisis Data.....	96
B. PEMBAHASAN	103
 BAB IV KESIMPULAN dan SARAN	
A. Kesimpulan.....	113
B. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	117
 LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

BAB I

1. Persentase Belanja Online di Dunia.....	4
--------------------------------------------	---

BAB II

1. Akun Twitter MbakDiskon	44
2. <i>Friends</i> Akun Facebook MbakDiskon	44
3. Logo MbakDiskon	46
4. Struktur Organisasi MbakDiskon.....	47
5. Tampilan Website MbakDiskon	49
6. Cara Kerja MbakDiskon	53
7. SaeGede Studio	55
8. Taman Sari Spa	55
9. Gibran Photo Studio.....	55
10. Akun Kejeprut Spicy Snack.....	56
11. FoodFezt.....	56
12. W&W Spa	56
13. Ss FM	57
14. Ekspresi Suara Remaja.....	57
15. Akun Geronimo FM.....	57
16. JIzFM	58
17. AkunSwaragama FM	58

DAFTAR TABEL

BAB I

1. 10 Besar Situs Global.....	3
2. Operasionalisasi Variabel dan Pengukuran.....	29
3. Tabel Koefisien R Hitung	40

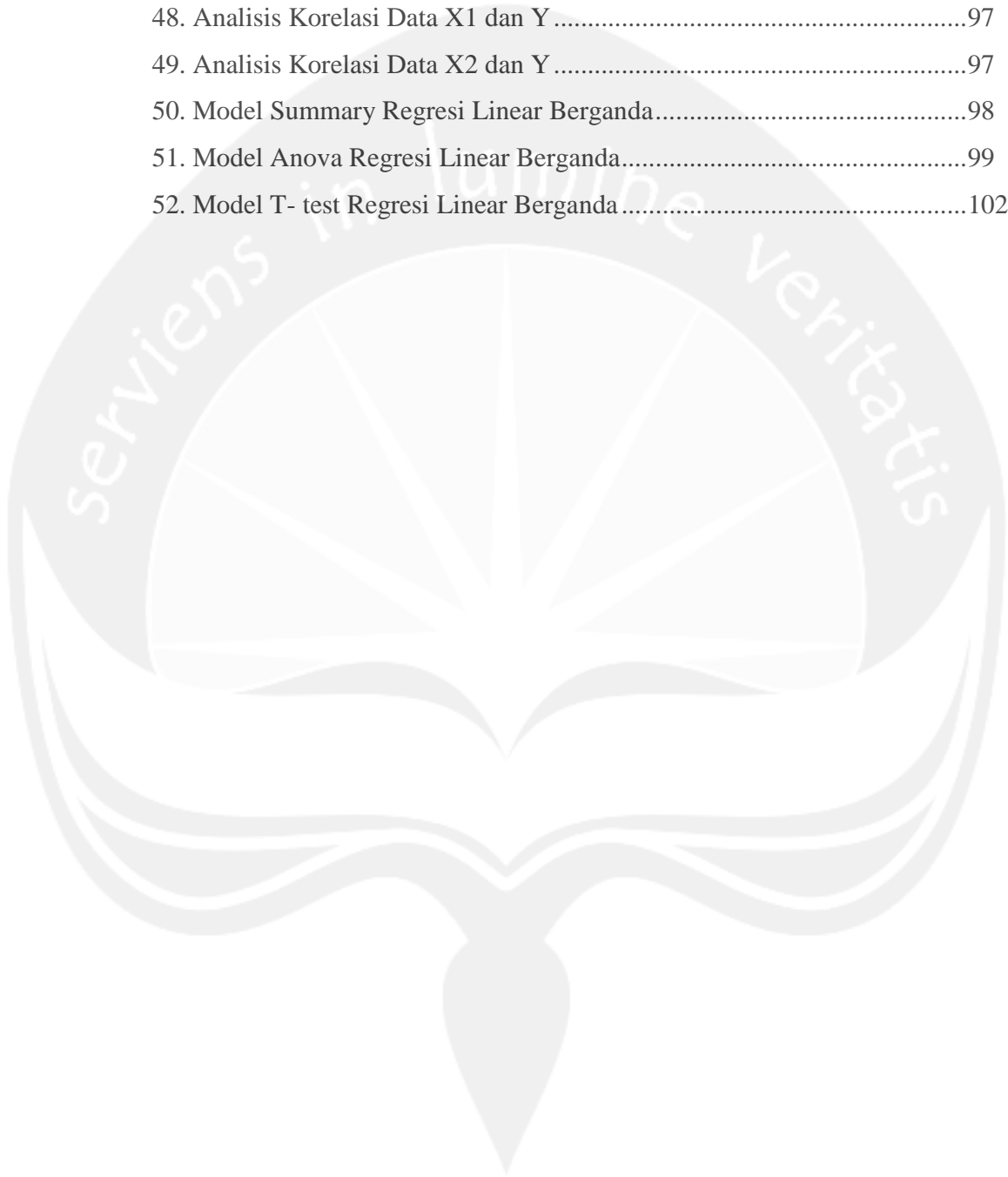
BAB III

1. Hasil Pengujian Validitas Variabel X1	61
2. Hasil Pengujian Validitas Variabel X2	61
3. Hasil Pengujian Validitas Variabel Y	63
4. Hasil Uji Reabilitas Instrumen	64
5. Aspek Visual Website (Statis-Dinamis).....	65
6. Aspek Visual Website (Tidak variatif-Variatif).....	65
7. Aspek Visual Website (Layout berantakan – Layout rapih).....	66
8. Informasi Produk (Tidak Lengkap – Lengkap).....	66
9. Informasi Produk (Tidak Akurat - Akurat)	67
10. Informasi Produk (Meragukan – Bisa dipercaya)	67
11. Informasi Produk (Berbelit – Mudah dimengerti)	68
12. Risiko Finansial (Harga item yang ditawarkan tergolong mahal bagi responden)	69
13. Risiko Finansial (Biaya tambahan yang diberikan tinggi)	69
14. Risiko Finansial (Penawaran item pada situs MbakDiskon lebih mahal dibandingkan harga asli)	70
15. Risiko Finansial (Biaya transaksi [transfer via bank] menambah mahal harga item).....	71

16. Risiko Finansial (Harga item yang ditawarkan lebih daripada online shopping lain).....	71
17. Risiko Sosial (<i>Item</i> yang ditawarkan tidak sesuai dengan kebiasaan dan kebutuhan lingkungan sosial).....	72
18. Risiko Sosial (Lingkungan sosial tidak terbiasa dengan metode transaksi pada MbakDiskon.com).....	73
19. Risiko Sosial (Situs tidak direkomendasikan oleh orang terdekat responden).....	73
20. Risiko Sosial (Reputasi mbakdiskon.com sebagai situs jual beli tidak populer)	74
21. Risiko Sosial (<i>Customer</i> memberikan penilaian (<i>review</i>) negatif terhadap MbakDiskon.com).....	75
22. Risiko Kinerja (Situs MbakDiskon.com tidak menawarkan banyak pilihan penawaran <i>item</i>)	75
23. Risiko Kinerja (<i>Item</i> yang ditawarkan pada situs mbakdiskon.com tidak sesuai dengan yang diberikan oleh <i>merchant</i>)	76
24. Risiko Kinerja (Pelayanan terhadap komplain tidak memuaskan)	77
25. Risiko Kinerja (Kupon pembayaran sulit digunakan).....	77
26. Risiko Kinerja (Proses penukaran kupon sulit).....	78
27. Risiko Psikologis (Metode transaksi pada MbakDiskon.com tidak familiar).....	79
28. Risiko Psikologis (Responden ragu dengan situs MbakDiskon.com)	79
29. Risiko Psikologis (Situs MbakDiskon.com tidak sesuai dengan karakteristik pribadi responden).....	80
30. Risiko Psikologis (Responden kurang percaya diri ketika bertransaksi di MbakDiskon.com)	80
31. Risiko Psikologis (<i>Item</i> yang ditawarkan tidak sesuai dengan kepribadian responden)	81

32. Risiko Keamanan (Proses transfer uang via bank ke mbakdiskon.com kurang aman	81
33. Risiko Keamanan (Proses memasukkan data pribadi (<i>sign up</i>) yang disyaratkan tidak aman)	82
34. Risiko Keamanan (Proses pemberian kode pada saat konfirmasi kupon tidak aman).....	83
35. Risiko Keamanan (Penggunaan kupon sebagai alat tukar ketika transaksi ke <i>merchant</i> tidak aman).....	83
36. Risiko Keamanan (Proses transaksi menggunakan internet pada saat ini tidak memiliki keamanan yang baik).....	84
37. Risiko Waktu / Kemudahan (Proses <i>sign up</i> dan <i>sign in</i> merepotkan)	84
38. Risiko Waktu / Kemudahan (Proses pembelian kupon dalam transaksi merepotkan)	85
39. Risiko Waktu / Kemudahan (Proses pembayaran (transfer uang via bank) dan konfirmasi dalam transaksi berbelit – belit).....	86
40. Risiko Waktu / Kemudahan (Proses penukaran kupon pada <i>merchant</i> menyusahkan)	86
41. Risiko Waktu / Kemudahan (Metode transaksi pada situs mbakdiskon.com membutuhkan waktu yang lama).....	87
42. Intensi Membeli (Responden mempertimbangkan situs MbakDiskon.com sebagai salah satu situs belanja <i>online</i>)	88
43. Intensi Membeli (Responden berniat untuk mencoba bertransaksi di situs MbakDiskon.com)	88
44. Intensi Membeli (Responden berniat untuk menggunakan situs MbakDiskon.com sebagai pilihan utama belanja <i>online</i>)	89
45. Intensi Membeli (Responden ingin memanfaatkan fitur <i>deal</i> , <i>review</i> , dan pencetakan kupon yang ada di situs ini).....	90
46. Intensi Membeli (Responden hendak membeli <i>item – item</i> yang ditawarkan pada situs MbakDiskon.com)	90

47. Analisis Distribusi Frekuensi Variabel X_1 , X_2 , dan Y	92
48. Analisis Korelasi Data X_1 dan Y	97
49. Analisis Korelasi Data X_2 dan Y	97
50. Model Summary Regresi Linear Berganda.....	98
51. Model Anova Regresi Linear Berganda.....	99
52. Model T- test Regresi Linear Berganda.....	102



DAFTAR BAGAN

BAB I

1. Elemen –Elemen Bauran Promosi	12
2. Kerangka Hubungan Variabel	26
3. Rumus Slovin	35
4. Rumus Korelasi <i>Product Moment</i>	37
5. Rumus Koefisien <i>Alpha Cronbach</i>	38
6. Rumus Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i>	39
7. Rumus Uji Regresi Linear Berganda	41



DAFTAR LAMPIRAN*

1. Kuisioner dan daftar indikator pertanyaan
2. Pengujian Validitas dan Reabilitas Variabel Penelitian
3. Tabel Frekuensi
4. Pengujian Asumsi Regresi

Keterangan : *Tabulasi Hasil Kuisioner dapat dilihat pada
<https://docs.google.com/spreadsheet/pub?key=0Ao0LKeHkUqO4dDRwSDZZSDZzSGJuYU9lSDJYS09Md3c&output=html> (<http://goo.gl/PYgXx>)